

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi, Perumusan Masalah dan Batasan Masalah	14
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	14
1.2.2. Perumusan Masalah	15
1.2.3. Pembatasan Masalah.....	16
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	16
1.3.1. Maksud Penelitian.....	16
1.3.2. Tujuan Penelitian	16
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	17
1.4.1. Manfaat Penelitian	17
1.4.2. Kegunaan Penelitian	18
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN SITAS	
2.1. Sejarah Singkat Perusahaan	19
2.2. Lingkup Bidang Usaha.....	21
2.3. Visi, Misi dan Value Perusahaan	22
2.3.1. Visi.....	22
2.3.2. Misi	22
2.3.3. Value Perusahaan.....	24
2.4. Fasilitas Pendidikan Untuk Siswa Program Regular	25
2.5. Fasilitas Pendidikan Untuk Siswa Program Supra Camp	28
2.5.1. Abstract	28
2.5.2. Keunggulan	29
2.5.3. Fasilitas Go Supra Camp	30
2.6. Sumber Daya.....	33
2.7. Tantangan Bisnis Perusahaan.....	38
2.7.1. Pesaing	39
2.7.2. Perubahan Kurikulum	40
2.7.3. Biaya Operasional.....	40
2.7.4. Motivasi Karyawan.....	41
2.8. Proses Bisnis Perusahaan	41

2.9. Ukuran Kepuasan Pelanggan (Siswa) Ganesa Operation	45
---	----

BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

3.1. Kajian Teori	47
3.1.1. Pengertian dan Karakteristik Jasa	47
3.1.2. Kualitas Pelayanan.....	47
3.1.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	48
3.1.2.2. Pengertian Kualitas Pelayanan Bagi Perusahaan	50
3.1.3. Kepuasan Pelanggan	52
3.1.3.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	52
3.1.3.2. Pengukuran Kepuasan Pelanggan	56
3.1.4. Penelitian Terdahulu	60
3.1.5. Kerangka Pemikiran	67
3.1.6. Hipotesis	68
3.1.6.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	68
3.1.6.2. Pengaruh <i>Tangible</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	69
3.1.6.3. Pengaruh <i>Empathy</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	70
3.1.6.4. Pengaruh <i>Reliability</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	71
3.1.6.5. Pengaruh <i>Responsiveness</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	72
3.1.6.6. Pengaruh <i>Assurance</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	73

BAB IV METODOLOGI PENELITIAN

4.1. Jenis Desain Penelitian	75
4.2. Variabel Penelitian.....	76
4.2.1. Definisi Konseptual	76
4.2.2. Definisi Operasional	77
4.3. Populasi dan Sampel Penelitian	80
4.4. Jenis dan Sumber Data.....	82
4.5. Teknik Pengumpulan Data.....	82
4.5.1. Instrument Penelitian	83
4.5.2. Uji Coba Instrumen.....	84
4.6. Teknik Analisis Data.....	84
4.6.1. Uji Validitas	84
4.6.2. Uji Reliabilitas	86
4.7. Analisis Regresi Linier Berganda	88
4.8. Uji Asumsi Klasik.....	89
4.8.1. Uji Normalitas.....	89
4.9. Metode Uji Hipotesis	90
4.9.1. Analisis Koefisien Korelasi(R)	90
4.9.2. Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	91

4.10. Pembuktian Hipotesis	92
4.10.1. Pengujian Simultan (Uji F)	92
4.10.2. Pengujian Parsial (Uji T)	92
4.10.3. Analisis Korelasi Antar Dimensi	93

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	94
5.1.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	94
5.1.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	95
5.1.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Kelas	95
5.1.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Belajar.....	96
5.2. Statistik Deskriptif	97
5.2.1 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Kepuasan <i>Service Quality</i> serta <i>Customer Satisfaction</i>	97
5.2.1.1. <i>Tangible</i>	98
5.2.1.2. <i>Empathy</i>	99
5.2.1.3. <i>Reliability</i>	100
5.2.1.4. <i>Responsiveness</i>	101
5.2.1.5. <i>Assurance</i>	102
5.2.1.6. <i>Customer Satisfaction</i>	103
5.3. Uji Validitas dan Reliabilitas	103
5.3.1. Uji Validitas	103
5.3.2. Uji Reliabilitas	105
5.4. Uji Asumsi Klasik.....	106
5.4.1. Uji Non-Multikolinearitas.....	106
5.4.2. Uji Non-Heteroskedastisitas	107
5.4.3. Uji Normalitas.....	109
5.5. Analisis Regresi Linear Berganda	110
5.5.1. Hasil Pengujian Korelasi (R) dan Determinasi.....	110
5.5.2. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi	111
5.5.3. Hasil Pengujian Simultan (Uji F).....	112
5.5.4. Hasil Pengujian Parsial (Uji T).....	113
5.5.5. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda.....	116
5.5.6. Konstanta (A).....	116
5.5.7. Koefisien Regresi (Bi).....	116
5.5.8. Nilai Beta	118
5.5.9. Pengujian Korelasi Antar Dimensi	118
5.6. Pembahasan Pengaruh Dimensi Terhadap Kepuasan	119
5.6.1. Pengaruh <i>Tangible</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	119
5.6.2. Pengaruh <i>Empathy</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	120
5.6.3. Pengaruh <i>Reliability</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	120
5.6.4. Pengaruh <i>Responsiveness</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	121
5.6.5. Pengaruh <i>Assurance</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	121
5.7. Implikasi Hasil Penelitian Pada Objek Penelitian	122

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan	124
6.2. Saran	126
DAFTAR PUSTAKA	128
LAMPIRAN	138

